

УДК 821.161.2-32.09 Франко

**Ковнік Світлана,**  
доктор філологічних наук, професор,  
професор кафедри української та світової літератур  
Криворізький державний педагогічний університет

### **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ «ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ЖИЛКИ» У ГОЛОВНОГО ПЕРСОНАЖА ОПОВІДАННЯ І. ФРАНКА «ГАВА»**

*У статті йдеться про специфіку зображення засобами художнього слова підприємницьких відносин в оповіданні «Гава» І. Франка у середовищі дрібних підприємців кінця XIX ст. Авторка статті спробувала розкрити сутність феномену підприємництва на прикладі оповідання І. Франка «Гава» та з'ясувала причини, мотиви, умови формування «підприємницької жилки» у представників такої соціальної верстви, як перекупчики, підприємці-ділки. Компонентний аналіз оповідання «Гава» дозволив виявити специфіку формування підприємницьких рис характеру головного персонажа оповідання І. Франка «Гава» та з'ясувати особливості формування економічних знань реципієнтів засобами художнього слова. Головний персонаж оповідання презентує такі риси характеру: ініціативність, рішучість, кмітливість.*

**Ключові слова:** підприємництво, економічні відносини, характер, гешефт, підприємливість.

***Peculiarities of “entrepreneurial spirit” forming of the main character in the story “Gava” by I. Franko.***

*The article represents the specificity of the character entrepreneurial relations among the small entrepreneurs at the end of the nineteenth century described by means of the artistic words in the story “Gava” by I. Franko. This paper is an attempt to reveal the essence of the entrepreneurial phenomenon on the example of story "Gava" by I. Franko. It also shows the reasons, motives and conditions of the "entrepreneurial spirit" formation among the representatives of such a social stratum, as retailers and entrepreneurs. The component analysis of “Gava” story allows to define the specific way of the entrepreneurial feature formation of the main character in the story “Gava” by I. Franko and to find out the peculiarities of the economic knowledge formation among the recipients by means of artistic word. The main character of the story obtains the following features as initiative, determination, and wit. It should be noted that Gava has a very well-developed intuition, which significantly contributes to his rational and entrepreneur actions. Gava's actions and behaviour show commercial and managerial abilities that correlate well enough with his ingenuity, as he is constantly looking for new ways and methods of earning money, opening up new areas of capital application.*

**Key words:** entrepreneurship, economic relations, character, business, entrepreneurial spirit.

Як відомо, сфера економічних відносин нині є однією із релевантних у формуванні і розвитку українського суспільства. Ось тому економічний дискурс як один із різновидів інституційного дискурсу заслуговує на особливу увагу дослідників у галузі літературознавства. Сучасні мовознавці економічний дискурс розглядають як сукупність мовних актів, котрі використовують для визначення та характеристики економічних процесів [Махницька 2002 : 158].

Для економічного дискурсу характерним є функціонування таких концептів, як: «бізнес», «зиск», «прибуток», «гроші», «ринок», «виробництво», «фінанси», «торгівля». Економічний дискурс дозволяє дослідити будь-яке суспільство або окрему соціальну спільноту із своєю ієрархією цінностей, серед яких, безумовно, важливу роль відіграють поняття «гроші», «прибутки» тощо.

У межах економічного дискурсу, на нашу думку, варто розглянути ще одне важливе поняття – це «економічна культура» суспільства, котра є системою стійких уявлень, переконань, стереотипів поведінки, що реалізуються в економічній сфері й пов'язані з економічною діяльністю суспільства.

Ще на початку 2001 року М. Наєнко у книзі «Історія українського літературознавства» зауважував: «Спірним видається зв'язок

літературознавства з економікою. Проте про такі зв'язки до середини XIX ст. ніхто з дослідників художньої творчості, здається, серйозно не говорив» [Наєнко 2001 : 9]. Учений спробував обґрунтувати результати такої взаємодії: «... для літературознавця економічний мотив у творі є не ілюстрацією, не відображенням “реальних” економічних відносин у суспільстві, а лише однією із складових частин художнього світу, що твориться письменником в ім'я пошуку світової гармонії, проникнення в таїну людської душі і життя загалом» [Наєнко 2001 : 10]. З того часу минуло вже майже сімнадцять років і до літературознавчої терміносистеми увійшли поняття «економічний дискурс», рівень економічної культури персонажів твору, підприємливість персонажів, сутність яких можна розкрити шляхом аналізу творів художньої літератури. До всього цього, оновлений зміст навчальних програм з української та зарубіжної літератур (13.07.2017 року МОН України) також підтвердив необхідність вивчення учнями зв'язків літератури з економікою. Адже в оновлених навчальних програмах з української літератури однією із важливих наскрізних ліній є «підприємливість і фінансова грамотність», а загальна мета цієї лінії подається у такому формулюванні: *«Розуміння практичних аспектів фінансових питань (заощадження, інвестування, запозичення, страхування тощо); розвиток лідерських ініціатив, здатність успішно діяти в технологічному швидкозмінному середовищі»* [Навчальні програми для 5–9 класів 2017]. Тож реалії сучасного життя та система нових людських цінностей так чи так диктують суспільству пошуки нових способів вивчення та дослідження творів художньої літератури. Тут варто нагадати, що ще у праці Г. Зіммеля «Філософія грошей» дуже чітко було сформульовано функцію грошей у суспільстві, котрі суттєво змінюють внутрішній світ людини, її інтереси, ідеали, прагнення та моральні критерії.

Цінною є думка вченого про те, що гроші поступово здатні докорінно змінити систему людських цінностей, перелаштувавши її на прагматизм та пошук матеріальних зисків. Як показує час, у сучасному суспільстві система людських цінностей змінюється вже не кожне десятиліття, а кожні п'ять років,

проте п'ять основних функцій грошей залишаються незмінними протягом останніх сто років.

Тож, **мета дослідження** полягає у тому, щоб шляхом компонентного аналізу дослідити специфіку формування підприємницьких здібностей головного персонажа оповідання І. Франка «Гава».

Як відомо, художню прозу І. Франка обирали за об'єкт дослідження такі науковці: О. Білецький, І. Басс, Г. Вєрвєс, Р. Гром'як, Т. Гундорова, І. Денисюк, М. Ільницький, А. Колесник та ін. Проте, у більшості розвідок згаданих учених питання економічного дискурсу в художній прозі письменника спеціально не розглядалося. Дещо побіжно звернула увагу на цей аспект А. Колесник у дисертації «Єврейська тематика в художній прозі Івана Франка» (2016), зазначивши, що в оповіданнях «Гава» і «До світла!»: *«Кмітливий юнак Гава з однойменного оповідання під впливом своєї опікунки та середовища євреїв-торговців перетворився на жорстокого підприємця, який у прагненні збагачення використав складні обставини життя родини Староміського на свою користь, зробивши цих людей повністю залежними від своїх інтересів»* [Колесник 2016 : 10]. Дослідниця акцентувала увагу на жорстокості, як одній із провідних рис головного персонажа Гави, проте не врахувала той факт, що існують неписані закони бізнесу, відповідно до яких бізнес не розрахований на те, щоб вестися в дусі моральності або аморальності, він повинен організовуватися в дусі ефективності.

Звісно, що наприкінці ХІХ ст. соціалістичні погляди І. Франка спонукали його боротися за високоморальне українське суспільство, а тому він усіляко намагався привернути увагу громадськості до існуючих проблем та нагальної необхідності докорінних змін. Ось тому письменник долучався до стереотипного зображення євреїв з метою викриття вад капіталістичного суспільства, яке породжувало підприємців-хижаків. Проте, в оповіданні «Гава» І. Франко, моделюючи образ головного персонажа, розкрив низку цікавих і важливих етапів у становленні персонажа-підприємця, котрі з точки зору

законів ведення дрібного бізнесу є досить цінними і значущими у становленні підприємця.

Уже давно помічено, що у творах І. Франка часто вживається лексема «гешефт» на позначення деяких дрібних торгівельних операцій підприємців. Як відомо, лексема «гешефт» має зневажливе значення й позначає *«спекулятивну, вигідну угоду»* [ВТССУМ 2009 : 270], сутність якої полягає в отриманні зиску або ж вигоди. А тому в переважній більшості художніх творів І. Франка євреї зображені як «гешефтсмани», тобто такі підприємці-ділки, котрі підприємницьку діяльність будують на основі визиску та обману. По суті, І. Франко акцентує увагу на тому, що «гешефтсманство» виявилось тією рисою, що сприяла євреям не тільки вижити, а й розбагатіти.

Сьогодні у сфері економічних наукових досліджень одним із актуальних є питання про вивчення схильності людини до ведення бізнесу. Ось тому, вчені-економісти досить часто оперують такими словосполученнями: «підприємницька жилка», «підприємницький ген», «схильність до гешефту» тощо. Схильність до підприємництва розглядають як успадковану здатність людини до ведення, організації успішного бізнесу.

Учений-економіст Т. Олійник у своїй статті «Генезис підприємництва – рушійний фактор соціально-економічного зростання загальнонаціональних інтересів» зазначає: *«... у законодавчому аспекті підприємництво визначається як самостійна ініціативна, систематизована на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг та зайняття торгівлею з метою одержання прибутку»* [Олійник 2018 : 42]. Підприємництво нині розглядається як специфічний фактор економіки, котрий має власну феноменальну природу. Феноменальність підприємництва полягає у тому, що його успішність в значній мірі залежить від якості трудових ресурсів. Економісти вважають, що *«підприємець – бізнесмен, але не кожний бізнесмен є підприємцем у цьому специфічному розумінні»* [Олійник 2018 : 44]. На думку вчених-економістів підприємництво виконує такі три основні функції:

- ресурсну (мобілізація капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів);
- організаційну (організація виробництва, збуту, маркетингу, реклами);
- творчу (новаторство, генерація ідей, використання ініціативи, вміння ризикувати, прораховувати усе наперед).

Враховуючи усі зазначені функції підприємництва, спробуємо на матеріалі оповідання «Гава» І. Франка з'ясувати причини, умови формування «підприємницької жилки» головного персонажа твору. Психологи та економісти підприємливість нині розглядають не тільки як специфічну рису особистості, а ще як визначальну рису національного характеру.

В оповіданні «Гава» (1888) І. Франко акцентує увагу на тому, що головний персонаж Гава, який після смерті батька зазнав чимало горя від людей, дав собі слово заробляти на хліб самотійно. Саме ця мотивація стала визначальною на шляху Гава до збагачення. Багаторічні поневіряння, докори опікунки по суті міцно загартували його волю й бажання розбагатіти, стали міцним фундаментом для зведення капіталу.

Шлях молодого Гава до збагачення мав декілька етапів. Так, перша справа, котра мала принести йому зиск – це був продаж перекупці раків по 10 крейцерів за копу, котрих вона продавала по 20 крейцерів. Жінка отримувала стовідсотковий прибуток.

Автор звертає увагу на те, що Гава старанно й самотійно ловив велетенських раків, проте у полюванні на них він знав міру. Юнак набирив у мішок їх стільки, скільки міг донести, тобто не виявляв жадібності та зажерливості. А ще він ретельно прораховував розмір майбутнього прибутку, передбачував свої тижневі витрати. Гава ловив раків на ту суму, котра йому давала можливість забезпечити собі більш-менш пристойне існування упродовж тижня. Отже, майбутній підприємець був обачним, заощадливим, стриманим у своїх побутових потребах.

Він добре орієнтувався у попиті та пропозиції на товари, а тому урізноманітнював асортимент товару, котрий пропонував на ярмарку покупцям.

Ось тому Гава займався не лише продажем раків. Він брався перепродаж свинської щетини. Проте ця справа приносила невеликі прибутки, що страшенно засмучувало хлопця. Адже продаж раків та щетини носив сезонний характер, а це означало, що постійний обіг грошей у певний період припинявся. Саме з цією метою він зайнявся перепродажем сірників, котрі розфасовував у коробочки «по-своєму» і кожен розраховував продати по крейцеру. Розклавши закуплених оптом 100 сірників «по-своєму», він отримав їх 150, тобто хлопець уперше вдався до хитрощів, зрозумівши, що чесним шляхом йому не вдасться розбагатіти.

Гава виявився дуже «догадливим» і беручим хлопцем до заробітків. Помітивши на ярмарку попит на батоги, він одразу взявся *«...докопатися до джерела, з котрого продавці на підсінню діставали ті батоги, а з ними й свої зиски, і там добратися до такого самого тешефту...»* [Франко 1978 : 14]. Отже, він демонстрував постійну активність і мобільність у сфері попиту та пропозиції на певні товари того регіону, в якому Гава проживав. А конкуренція на ярмарку між продавцями змушувала Гава бути ще й винахідливим. Він ходив годинами по базарах та ярмарках Дрогобича та прилеглих до нього сіл, спостерігаючи за тим, хто і як продає свій товар, вираховуючи одразу випадкового бізнесмена. Це вказує на вроджену інтуїтивну здібність відчувати економічний зиск.

Хлопець був дуже комунікабельним, не соромився розпитувати дорослих про їхні справи, про якість того чи того придбаного ними товару. Усе це формувало уявлення Гава про справжній стан товарообігу у певній місцевості закарпатського регіону, про попит та пропозицію на деякі види товарів.

До випадкових бізнесменів він зараховував тих, хто не вмів рекламувати свій товар, торгуватися, хто мляво й байдуже ставився до реалізації власної продукції. Таких підприємців він одразу вираховував на ярмарках. Гава одразу пропонував їм продати йому весь їхній товар за оптовими цінами. І люди погоджувалися, адже не всім особливо кортіло увесь день простоювати на

базарі, а особливо тоді, коли була негода. На це й розраховував Гава. До кола випадкових бізнесменів Гава зарахував на ярмарку у Дрогобичі Староміського.

Добре вивчивши та прорахувавши невправність Староміського в сфері реалізації власного виробленого товару, він почав маніпулювати ним. Адже Староміський самотужки не зміг продати жодного чіпця, а тому погодився на будь-які пропозиції Гави. Гава за декілька годин перепродав увесь куплений у старого товар. І тут можна засуджувати Гаву за те, що він ошукав родину Староміського, але І. Франко недаремно акцентував увагу читача на тому, як і в який спосіб Староміський здійснював торгівлю своїм товаром: *«Купували у нього мало. Старий, очевидно, був непривітливий, до розмови не охочий і торгуватися не любив перше його слово, то була вже й послідня ціна його товару»* [Франко 1978 : 14]. З цієї характеристики стає зрозуміло, що Староміський не мав підприємницької жилки. Більше того, він не поважав працю рідних доньок, які самотужки виготовляли чіпці, бо ціну на товар він не піднімав декілька років. Зрозуміло, що така діяльність Староміського була збитковою. Ще один факт, на якому акцентує увагу письменник – це те, як швидко Староміський погодився на пропозицію Гави. Адже старому не дуже хотілося простоювати на ярмарку, а тут випала така нагода продати увесь товар й одразу.

Більше того, дружина Староміського не раз попереджала про небезпеку, котра йде від зносин із Гавою, але старий поводить себе легковажно. Гава ж купував чіпці у Староміського й розпродував їх по селах. Він кожного дня долав чималу відстань, торгуючи, юнак *«...придивлявся і розпитував, де й якими промислами селяни займаються, і все те укладав в своїй пам'яті, мов у скрині, з котрої в разі потреби можна й треба буде видобувати добрі гроші»* [Франко 1978 : 23]. Привертає увагу й той факт, що вже за півроку Староміські *«жили мов убога за дверима»* [Франко 1978 : 26]. А коли раптом Гава повідомив про зниження попиту на чіпці, то Староміські засумували та занерувували. За півроку достатків вони навіть не поцікавилися тим де, і як Гава продає чіпці. І коли Староміський все ж таки наважився самотужки піти продавати свій товар,



то його спіткала знову невдача. Доведений до відчаю, безпорадний він був змушений погодитися на будь-які пропозиції Гава. Практицизм і раціоналізм Гава не дозволяли йому проявлять хоч якесь співчуття до економічної скрути Староміських. Коли Староміський розплакався перед Гавою, то той відвернувся від старого.

Отже, на перших етапах комерційного починання, Гава виявив підприємницьку активність, а її основою стала мотивація – досягти високого результату у житті. Він був чітко спрямованим на примноження своїх статків, володів гнучким стилем спілкування, умів впливати на людей. Усі ці риси добре виявилися у процесі організації комерційної справи та посприяли його становленню у сфері підприємницької діяльності. Адже хлопець поставив собі за мету вижити, а для цього він використовував різні способи й методи: від чесного продажу раків, котрих виловлював власноруч до махінацій з перепродуванням різного товару.

І. Франко підкреслює не раз у творі, що всі думки шістнадцятилітнього Гава були спрямовані на те, як заробити гроші, як придумати новий гешефт. Він прораховував усе до дрібничок, а в його голові визрівали нові комерційні плани. Коли він розмірковував про новий гешефт, то *«... аж очі прижмурював і губи зложив, немов ложку від меду облизував, – таким принадним і блискучим видався йому той новий гешефт, що виринав в його уяві поки що ще в неозначених обрисах, але, проте, в рожевому світлі»* [Франко 1978 : 26].

Отже, в оповіданні «Гава» І. Франко презентував образ підприємливого юнака, який виявився дуже схильним до комерційних операцій. Гава, якщо розглядати з позиції французького економіста Ж. Б. Сейя, вправно зумів організувати інших людей для отримання прибутку. Окрім цього, вчений-економіст вважає, що підприємець – це, насамперед, особа *«... яка бореться за свій рахунок та на свій ризик, щоб на свою користь утворити який-небудь продукт»* [Сей 1896 : 17]. Відзначимо, що Гава мав дуже добре розвинену інтуїцію, котра суттєво сприяла раціональним діям та вчинкам підприємця. У поведінці Гава виявлялися комерційні, організаторські здібності, котрі добре

корелювалися з його винахідливістю, адже він постійно перебував у пошуку нових методів і способів заробітку, відкривав маловідомі сфери застосування капіталу.